

GWPR-KOLUMNE

Mehr Mut zum weißen Blatt



Susanne Arnold
Associate Director bei
Finsbury Glover Hering

*Kommunikationsprofis sollten ihre **alten Vorlagen** öfter in der Schublade lassen. Überraschen und inspirieren wir unsere Zielgruppen doch mal mit **neuen und individuellen Informationen**, schlägt **Susanne Arnold** vor, Vorstandsmitglied der Initiative NextGeneration bei Global Women in PR Deutschland.*

Legen wir zum Start ins neue Jahr einmal die Hand aufs Herz:

Wir Kommunikator:innen können nur schwer ohne sie – unsere abgestimmten, eingeübten, allzeit bereitliegenden Vorlagen für die Beantwortung von Medienanfragen, für Präsentations-Slides, Reden oder Pressemitteilungen. Wenn wir uns auf das berufen, was schon abgesegnet und genutzt wurde, fühlen wir uns sicher. Vorlagen dienen uns bei wiederkehrenden Themen als Gehhilfen im hektischen Kommunikationsalltag. Und natürlich helfen sie, einheitlich aufzutreten.

Nun geht das neue Jahr ein bisschen so weiter wie das letzte. Wieder Corona, wieder Homeoffice. Die Mitarbeitenden mögen wieder stärker verunsichert sein, dem Regionalmedium geht es abermals um die Zukunft eines einzelnen Standorts, die Investor:innen interessiert einmal mehr der Ausblick auf die kommenden Monate.

Natürlich liegen zu all diesen Fragen abgestimmte Statements in den Schubladen jeder Kommunikationsabteilung. Der Griff dorthin ist schon automatisiert – gerade bei vermeintlich bekannten Fragen.

Und doch: Jene Gehhilfen werden immer wieder zur Fußfessel. Im

Bemühen um das Manövrieren im sicheren Terrain verlieren wir manchmal das Ziel aus dem Blick. So wirken immerzu wiederholte Aussagen irgendwann vage und emotionslos. Eine Aussage, die die verunsicherte Mitarbeiterin, das eine Medium, den einzelnen Investor mit jeweils eigenem Hintergrund nicht individuell anspricht, stellt kaum zufrieden.

Mein Plädoyer für das neue Jahr ist daher: Lasst uns häufiger auf den Griff in die Schublade verzichten. Statt immer auf die alten Gehhilfen zu setzen, sollten wir uns einen neuen Begleiter suchen: das weiße Blatt. Welche Information zu Arbeitsplatzsicherheit und Homeoffice-Regelung braucht die eine Mitarbeiterin wirklich? Interessiert das Regionalmedium wirklich auch die Entwicklung des Standorts in den vergangenen Jahren? Können wir dem Investor eine bündige Übersicht der angefragten Kennzahlen zusammenstellen? Was könnte auf der Basis für ihn noch relevant sein? Gibt es dazu intern neue Informationen, die wir teilen können?

Wenn wir auf einem weißen Blatt ansetzen, gewinnen wir wieder Freiräume. Wir können nicht nur individuell werden, sondern sogar inspirieren, überraschen. Das ist dann nicht nur richtig gut, es macht auch noch sehr viel Spaß. Und Spaß bei guter Arbeit ist doch zweifellos ein sinnvolles Vorhaben für das neue Jahr. ◀

